

NEWS LETTER EKSPOR IMPOR

Commodity dan Market Review Bulan Februari 2026

02

Camilan Lokal Merambah Pasar
Global

07

Penetrasi Pasar Kazakhstan
untuk Mendorong Surplus
Perdagangan Indonesia

EDISI FEBRUARI

2026



Camilan Lokal Merambah Pasar Global

oleh: Tarman, Yudi Fadilah, Jala Ridwan
yudi.fadilah@kemendag.go.id,
Tarman@kemendag.go.id
Jala.ridwan@kemendag.go.id

Peran strategis ekspor camilan olahan sebagai bagian dari transformasi struktur ekonomi Indonesia dari komoditas primer menuju produk bernilai tambah, dengan keterlibatan pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sebagai pilar inklusivitas ekonomi. Secara global, perdagangan produk HS 190590 menunjukkan tren meningkat pasca-pandemi, sementara kinerja ekspor Indonesia periode 2021–2025 tumbuh positif dan relatif resilien di tengah perlambatan ekonomi dunia, dengan pasar utama di kawasan Asia dan peningkatan permintaan dari Timur Tengah. Meski demikian, daya saing global Indonesia masih terbatas ($RCA < 1$) akibat kendala skala industri, standar mutu internasional, efisiensi logistik, serta branding yang belum kuat. Oleh karena itu, penguatan kualitas, sertifikasi, diversifikasi pasar, dan strategi pemasaran inovatif menjadi kunci agar makanan lokal Indonesia semakin kompetitif dan mampu mengoptimalkan potensinya di pasar global.

Latar Belakang

Ekspor merupakan salah satu pilar utama untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, peningkatan devisa, serta penciptaan lapangan kerja. Dalam konteks transformasi struktur ekonomi, Indonesia secara bertahap menetapkan strategi ekspornya dari ketergantungan pada komoditas primer menuju penguatan ekspor bernilai tambah, khususnya dari sektor industri pengolahan. Salah satu subsektor yang memiliki potensi besar namun belum sepenuhnya optimal adalah makanan olahan, terutama yang dihasilkan oleh pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Secara struktural, ekspor makanan olahan Indonesia pada 2025 terdiri dari produk berbasis sumber daya pertanian tropis dan kearifan lokal, seperti olahan kakao, kopi instan, biskuit dan snack, produk berbasis kelapa, mi instan, saus, serta berbagai produk pangan kemasan. Makanan olahan memiliki karakteristik strategis sebagai komoditas ekspor karena permintaannya relatif stabil, memiliki nilai tambah yang tinggi, serta mampu memanfaatkan keunggulan sumber daya lokal dan keragaman budaya pangan Indonesia. Camilan sebagai bagian dari kelompok produk makanan olahan khususnya yang berbahan baku tepung (olahan tepung) tidak hanya diminati oleh konsumen lokal tetapi juga konsumen mancanegara. Produsen camilan lokal sebagian besar adalah pelaku UKM yang merupakan tulang punggung perekonomian nasional baik dari sisi jumlah unit usaha maupun penyerapan tenaga kerja.

Berdasarkan hasil survei, beberapa pelaku UKM telah melakukan penjajakan untuk membuka akses pasar ekspor produk camilan olahan tepung. Dengan varian produk yang beragam, diantaranya produk makanan tradisional daerah Jawa Barat seperti kerupuk, cireng, dan basreng telah menembus pasar ekspor. Makanan olahan dengan citra rasa tradisional Indonesia mampu menarik minat konsumen luar negeri. Hal ini menjadi upaya untuk menjadikan makanan lokal lebih mengglobal.

Kinerja Ekspor Berbagai Camilan dari Tepung (HS 190590)

Periode 2020–2024 merupakan fase yang sangat dinamis bagi perdagangan global camilan berbasis tepung. Pandemi COVID-19 yang terjadi pada awal periode menyebabkan gangguan rantai pasok dan perubahan pola konsumsi, namun pada saat yang sama mendorong peningkatan permintaan terhadap camilan olahan dan makanan siap saji yang memiliki daya simpan panjang. Memasuki 2022–2024, perdagangan camilan berbasis tepung dunia mengalami fase pemulihan dan konsolidasi, seiring normalisasi logistik global dan meningkatnya kembali permintaan konsumsi internasional.

Secara agregat, ekspor camilan berbasis tepung dunia menunjukkan tren meningkat, meskipun dengan laju pertumbuhan yang berbeda antar negara pengeksport. Negara dengan basis industri pengolahan kuat dan jaringan distribusi global cenderung pulih lebih cepat dan bahkan memperluas pangsa pasarnya.

Tabel. 1 Perkembangan Ekspor Camilan dari Tepung (HS 190590) Dunia Menurut Negara Pengeksport

No.	Exporters	2020	2021	2022	2023	2024	Perub. (%) 2024/2023	Trend (%) 2020-2024	Share (%) 2024
	World	23.116	27.262	30.657	35.146	36.848	4,84	12,6	100,0
1	Canada	2.237	2.688	3.376	3.876	4.275	10,30	18,1	11,6
2	Germany	2.912	3.107	3.287	3.836	3.803	-0,87	7,7	10,3
3	Italy	1.749	2.184	2.211	2.543	2.857	12,35	12,0	7,8
4	France	1.883	2.340	2.484	2.795	2.621	-6,23	8,8	7,1
5	Belgium	1.557	1.986	2.115	2.487	2.492	0,21	12,4	6,8
6	United States of America	1.737	1.813	2.060	2.162	2.171	0,44	6,4	5,9
7	Poland	508	561	1.316	1.730	1.746	0,94	43,3	4,7
8	Spain	928	1.125	1.184	1.446	1.594	10,23	14,3	4,3
9	Netherlands	1.052	1.311	1.354	1.567	1.584	1,05	10,5	4,3
10	Mexico	653	825	1.077	1.342	1.379	2,81	21,9	3,7
21	Viet Nam	193	231	290	302	325	7,35	14,0	0,9
23	Thailand	206	237	251	279	315	12,90	10,6	0,9
42	Philippines	102	108	125	104	109	4,82	0,8	0,3
50	Indonesia	70	72	83	70	79	12,60	2,0	0,2
	Sub total	22.259	26.247	29.511	33.861	35.493	4,82	12,6	96,3
	Others	858	1.014	1.146	1.285	1.354	5,40	12,2	3,7

Sumber: Trademap (diolah Puska EIPP, 2026)

Ekspor camilan olahan tepung dunia selama 2020-2024 mengalami peningkatan rata-rata sebesar 12,6% per tahun. Adapun total ekspor camilan olahan tepung (HS 190590) pada tahun 2024 mencapai USD 36,8 miliar, naik 4,8% dibandingkan tahun sebelumnya. Kanada menjadi negara eksportir camilan olahan terbesar tahun 2024 dengan nilai sebesar USD 4,2 miliar (pangsa 11,6%). Eksportir terbesar berikutnya adalah Jerman dengan nilai USD 3,8 miliar dan Italia dengan nilai USD 2,9 miliar (Tabel 1).

Sementara itu, perkembangan impor camilan berbahan tepung (HS 190590) menunjukkan tren meningkat selama periode 2020–2024 seiring pemulihan perdagangan global pasca pandemi Covid-19 dan meningkatnya konsumsi makanan siap saji. Negara-negara maju tetap menjadi pengimpor utama, terutama Amerika Serikat, Jerman, Inggris, Prancis, dan Kanada, yang memiliki pasar ritel modern besar dan permintaan tinggi terhadap produk camilan kemasan. Di kawasan Asia, negara seperti Tiongkok, Jepang, dan Singapura juga menunjukkan peningkatan impor yang signifikan, didorong oleh urbanisasi dan perubahan pola konsumsi. Secara keseluruhan, struktur impor global mencerminkan bahwa pasar terbesar berada di Amerika Utara dan Eropa, namun pertumbuhan permintaan yang dinamis juga terjadi di Asia dan Timur Tengah, membuka peluang ekspor yang lebih luas bagi negara produsen seperti Indonesia.

Berdasarkan data statistik, impor camilan olahan tepung (HS 190590) dunia selama 2020-2024 mengalami peningkatan rata-rata per tahun sebesar 12,5%. Pada tahun 2024, impornya tercatat mencapai USD 38,17 miliar, naik 5,70% dibandingkan tahun sebelumnya. Amerika Serikat merupakan negara pengimpor camilan olahan tepung terbesar dunia di tahun 2024 dengan nilai USD 7,83 miliar (naik 10,51% CtC). Negara importir camilan olahan tepung terbesar berikutnya adalah Inggris dengan nilai USD 3,22 miliar (naik 5,72% CtC) dan Jerman dengan nilai USD 2,66 miliar (turun 0,33% CtC) (Tabel 2).

Tabel 2. Perkembangan Impor Camilan Olahan Tepung (HS 190590) Dunia Menurut Negara Pengimpor (USD Juta)

No.	Importers	2020	2021	2022	2023	2024	Perub. (%) 2024/2023	Trend (%) 2020-2024	Share (%) 2024
	World	24.126	27.895	31.529	36.118	38.175	5,70	12,5	100,0
1	United States of America	4.212	5.126	6.478	7.085	7.830	10,51	16,9	20,5
2	United Kingdom	2.147	2.046	2.583	3.042	3.216	5,72	12,8	8,4
3	Germany	1.752	2.030	2.139	2.668	2.659	-0,33	11,7	7,0
4	France	1.470	1.713	1.731	2.022	2.151	6,37	9,7	5,6
5	Canada	1.269	1.335	1.554	1.642	1.711	4,22	8,4	4,5
6	Netherlands	977	1.169	1.223	1.441	1.486	3,14	11,0	3,9
7	Belgium	681	944	1.022	1.257	1.302	3,56	17,2	3,4
8	Italy	568	625	689	833	827	-0,73	11,0	2,2
9	Austria	512	573	600	750	805	7,31	12,5	2,1
10	Australia	497	565	597	633	737	16,38	9,4	1,9
11	Spain	495	608	670	715	693	-3,08	8,7	1,8
31	Singapore	200	233	245	257	281	9,14	8,1	0,7
43	Thailand	87	95	115	134	136	1,66	13,2	0,4
46	Viet Nam	63	97	112	101	123	22,63	15,0	0,3
47	Malaysia	63	67	77	77	116	50,32	14,7	0,3
48	Indonesia	49	69	97	96	109	14,12	21,4	0,3
	Sub total	21.999	25.307	28.517	32.654	34.582	5,90	12,3	90,6
	Others	2.127	2.588	3.013	3.464	3.594	3,74	14,3	9,4

Sumber: BPS (diolah Puska EIPP, 2026)

Selama periode Januari–Desember 2025, ekspor camilan olahan tepung (HS 19059090) Indonesia menunjukkan kinerja yang relatif stabil dan resilien, sejalan dengan penguatan ekspor nonmigas berbasis industri pengolahan. Di tengah perlambatan ekonomi global, tekanan inflasi internasional, serta penyesuaian pola konsumsi dunia, camilan olahan tepung tetap mampu mempertahankan pertumbuhan nilai ekspor dan berkontribusi positif terhadap kinerja perdagangan luar negeri nasional.

Dari perspektif evaluasi kinerja, terdapat tiga karakter utama ekspor camilan olahan tepung Indonesia pada 2025. Pertama, kontribusi terhadap ekspor industri pengolahan semakin menguat, menandakan peran strategis sub sektor pangan olahan dalam menopang ekspor nonmigas. Kedua, ekspor camilan olahan tepung menunjukkan ketahanan struktural di tengah perlambatan ekonomi global, karena produk pangan kemasan tetap dibutuhkan oleh pasar internasional. Ketiga, mulai terlihat peningkatan keterlibatan UKM, meskipun kontribusi terbesar masih berasal dari perusahaan berskala menengah dan besar yang memiliki kapasitas produksi dan akses pasar lebih luas.

Nilai ekspor camilan olahan tepung (HS 19059090) selama 2021-2025 mengalami peningkatan rata-rata per tahun sebesar 12,4%. Pada tahun 2025, nilai ekspornya tercatat sebesar USD 39,9 miliar, meningkat 16,15% dibandingkan ekspor tahun sebelumnya. Malaysia menjadi negara tujuan ekspor untuk produk camilan olahan tepung Indonesia di tahun 2025 dengan nilai mencapai USD 7,73 miliar (pangsa 19,37%) disusul kemudian antara lain Timor Leste dengan nilai USD 5,12 miliar dan Australia dengan nilai USD 4,39 miliar (Tabel 3).

Negara-negara Asia tetap menjadi tujuan utama ekspor camilan olahan tepung Indonesia. Pasar seperti Malaysia, Singapura dan Vietnam menunjukkan permintaan yang relatif stabil sepanjang periode pengamatan. Kedekatan geografis, kesamaan selera, serta integrasi pasar ASEAN menjadi faktor utama penopang ekspor. Selain ASEAN, pasar Asia Timur dan Asia Selatan—seperti Republik Rakyat Tiongkok (RRT) dan India—menjadi tujuan penting, terutama untuk produk makanan ringan dan produk berbasis gandum dan gula.

Tabel 3. Perkembangan Ekspor Camilan Olahan Tepung (HS 19059090) Indonesia Menurut Negara Tujuan Ekspor Selama 2021-2025

NO.	HS	NEGARA	NILAI : US\$					Perub. %	Trend (%)	Pangsa (%)
			2021	2022	2023	2024	2025	24/25	21 - 25	2025
	TOTAL		25.860.880	25.346.839	33.445.072	34.380.092	39.932.306	16,15	12,45	
1	19059090	MALAYSIA	3.401.548	3.708.257	6.345.139	5.629.603	7.735.351	37,40	22,88	19,37
2	19059090	TIMOR TIMUR	4.597.423	5.591.020	6.621.084	5.175.433	5.120.807	-1,06	1,39	12,82
3	19059090	AUSTRALIA	4.784.335	4.158.303	3.980.918	4.586.435	4.385.311	-4,39	-0,76	10,98
4	19059090	SINGAPURA	2.443.277	1.920.599	1.810.619	2.914.444	3.499.820	20,09	12,03	8,76
5	19059090	BELANDA	84.098	110.043	368.861	1.846.820	3.103.549	68,05	172,84	7,77
6	19059090	KOREA SELATAN	677.012	1.235.360	2.242.010	2.296.260	2.614.030	13,84	39,40	6,55
7	19059090	TAIWAN	892.679	1.298.928	1.344.496	1.551.744	2.052.347	32,26	20,24	5,14
8	19059090	HONGKONG	1.705.869	1.276.734	1.323.904	1.192.529	1.394.663	16,95	-4,60	3,49
9	19059090	REP.RAKYAT TIONGKOK	1.124.126	210.926	735.905	1.105.005	1.345.981	21,81	22,34	3,37
10	19059090	KAMBOJA	276.949	369.132	787.963	909.870	1.065.985	17,16	43,30	2,67
11	19059090	PILIPINA	1.053.806	902.151	829.722	1.020.118	799.527	-21,62	-4,20	2,00
12	19059090	VIETNAM	137.519	315.864	1.211.177	530.397	793.784	49,66	49,55	1,99
13	19059090	AMERIKA SERIKAT	465.429	22.372	150.091	63.653	762.179	1.097,40	22,53	1,91
14	19059090	ARAB SAUDI	374.816	597.665	643.557	497.484	750.152	50,79	12,80	1,88
15	19059090	BRUNAI DARUSSALAM	485.128	382.482	467.967	556.819	604.008	8,47	8,48	1,51
16	19059090	KEPULAUAN SALOMON	153.127	183.581	255.293	207.022	413.890	99,93	23,48	1,04
17	19059090	INGGRIS	755.560	332.585	369.955	311.341	297.219	-4,54	-17,57	0,74
18	19059090	KUWAIT	13.964	55.466	290.467	417.034	227.757	-45,39	113,85	0,57
19	19059090	JEPANG	63.171	46.781	67.133	121.290	221.050	82,25	41,31	0,55
20	19059090	REPUBLIK MALADEWA	46.372	105.389	93.575	130.903	219.723	67,85	39,49	0,55
	SUB TOTAL		23.536.208	22.823.638	29.939.836	31.064.203	37.407.135	20,42	13,14	93,68
	LAINNYA		2.324.672	2.523.200	3.505.236	3.315.889	2.525.172	-23,85	4,48	6,32

Sumber: BPS (diolah Puska EIPP, 2026)

Sementara itu, negara-negara Timur Tengah, termasuk Arab Saudi dan Uni Emirat Arab, menunjukkan tren peningkatan impor camilan olahan tepung dari Indonesia, terutama setelah 2022. Faktor utama pendorong adalah sertifikasi halal, stabilitas permintaan, serta pertumbuhan sektor ritel dan pariwisata di kawasan tersebut. Sedangkan ekspor ke negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, dan Australia relatif lebih kecil dibandingkan Asia dan Timur Tengah. Kendala utama adalah standar keamanan pangan yang ketat, persyaratan teknis tinggi, serta persaingan dengan produk global. Namun demikian, pasar ini memiliki potensi nilai tambah yang besar untuk produk premium dan *niche market*. Khusus untuk pasar Kawasan Afrika, selama 2021–2025, ekspornya menunjukkan tren meningkat meskipun dari basis yang kecil. Pasar ini menjadi alternatif penting untuk diversifikasi ekspor, terutama bagi produk dengan harga kompetitif dan masa simpan panjang.

Pendekatan oleh eksportir untuk memperkenalkan camilan olahan tepung dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya melalui sosial media. Produsen Seblak dalam kemasan menggunakan momen *influencer* Thailand saat kunjungan di Indonesia untuk mencoba Seblak. Tak disangka, postingan *influencer* yang sedang menyantap Seblak viral di Thailand. Setelah itu, permintaan Seblak dalam kemasan di pasar Thailand mengalami peningkatan. Begitu pula salah satu produsen makanan berbahan coklat yang bebas gluten yang menggunakan strategi pemasaran di Provinsi Bali, dimana banyak dikunjungi wisatawan mancanegara khususnya dari Australia. Para turis Australia di Bali banyak yang mengkonsumsi produknya, sehingga ketika turis tersebut kembali ke Australia meminta agar produk tersebut juga dipasarkan di Australia.

Sederet kisah sukses eksportir camilan olahan tepung yang berhasil mengeksport produknya ke luar negeri dilalui bukan tanpa halangan. Berbagai kendala yang dihadapi oleh eksportir antara lain harus memenuhi persyaratan standar mutu, keamanan pangan, dan sertifikasi internasional di negara tujuan, seperti standar Uni Eropa atau Jepang yang sering kali lebih ketat daripada standar domestik. Ketidakesesuaian regulasi ini bisa menyebabkan penolakan produk atau tertundanya pengeluaran izin ekspor. Selain itu, kurangnya pengetahuan mengenai kondisi pasar di negara tujuan ekspor, regulasi negara tujuan dan dokumen ekspor yang dibutuhkan masih dialami oleh eksportir khususnya skala UKM yang berminat untuk melakukan ekspor (smesta.umkm.go.id).

Tabel 4. Kondisi Daya Saing Produk Camilan Olahan Tepung (HS 190590) di Pasar Global Selama 2020-2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Nilai Ekspor Indonesia ke Dunia (USD Juta)	70,24	72,20	82,72	69,86	78,66
Nilai Ekspor Dunia dari Dunia (USD Juta)	23.116,40	27.261,57	30.656,84	35.146,12	36.847,66
RCA	0,17	0,15	0,15	0,12	0,14

Sumber: BPS dan Trademap (diolah Puska EIPP, 2026)

Peta daya saing produk camilan olahan tepung Indonesia di pasar global menunjukkan bahwa produk makanan olahan (HS 190590) belum memiliki keunggulan komparatif di pasar global (RCA <1), meskipun nilai ekspornya menunjukkan tren cukup stabil. Diperkirakan penyebab kurang kompetitifnya produk camilan olahan tepung Indonesia disebabkan oleh skala dan kapasitas industri yang belum besar, persaingan yang kuat dari negara-negara lain, standar mutu dan sertifikasi produk, dan *branding* di tingkat global yang masih terbatas.

Strategi Meningkatkan Ekspor Camilan Olahan Tepung

Untuk meningkatkan ekspor dan daya saing camilan olahan tepung Indonesia (HS 19059090), diperlukan strategi terintegrasi yang mencakup peningkatan standar mutu dan sertifikasi internasional agar mampu menembus pasar negara maju, penguatan kapasitas dan skala produksi khususnya bagi UKM melalui modernisasi teknologi dan akses pembiayaan, serta efisiensi logistik guna menekan biaya dan mempercepat distribusi. Di sisi pasar, perlu dilakukan diversifikasi tujuan ekspor dengan tetap mempertahankan pasar ASEAN, memperluas penetrasi ke Timur Tengah melalui sertifikasi halal, serta membidik pasar premium di Amerika Serikat, Jepang, dan Australia dengan produk bernilai tambah seperti *healthy food* dan *gluten-free*. Strategi ini harus didukung oleh penguatan *branding* global berbasis identitas kuliner lokal, inovasi kemasan dan pemasaran digital, serta diplomasi perdagangan dan optimalisasi perjanjian dagang agar camilan olahan tepung Indonesia mampu meningkatkan pangsa pasar dan membangun keunggulan komparatif yang berkelanjutan di pasar internasional.



Penetrasi Pasar Kazakhstan untuk Mendorong Surplus Perdagangan Indonesia

oleh: Fairuz Nur Khairunnisa
fairuz.nur@kemendag.go.id

Kazakhstan menjadi pasar strategis yang prospektif bagi diversifikasi ekspor Indonesia, didukung oleh pertumbuhan ekonomi yang stabil, posisi geografis sebagai pintu masuk kawasan Eurasia. Kinerja perdagangan bilateral tahun 2025 yang kembali mencatatkan surplus setelah defisit 4 tahun terakhir, menunjukkan perbaikan struktur neraca perdagangan, terutama akibat penurunan impor ferro-chromium dan peningkatan signifikan ekspor produk mesin, peralatan listrik. Meskipun pangsa Indonesia di pasar Kazakhstan masih relatif kecil, terdapat potensi ekspor yang belum dimanfaatkan senilai USD 66,2 juta, sehingga optimalisasi penetrasi pasar dan diversifikasi produk ekspor berpeluang memperkuat surplus perdagangan Indonesia

Secara geografis, Kazakhstan merupakan negara terluas kesembilan di dunia dan terbesar kedua di antara negara-negara di kawasan Asia Tengah dan sebagian kecil di Eropa Timur serta berbatasan langsung dengan Rusia, Tiongkok, Kyrgyzstan, Uzbekistan, dan Turkmenistan, serta memiliki akses ke Laut Kaspia. Sebagai anggota *Eurasian Economic Union* (EAEU), Kazakhstan memiliki posisi strategis karena dapat menjadi pintu masuk ke pasar regional yang lebih luas, termasuk Rusia, Belarus, Armenia, dan Kyrgyzstan. Dari sisi demografis, jumlah penduduknya telah mencapai 20,6 juta jiwa pada 2025 dengan mayoritas beragama Islam, sehingga memberikan potensi pasar yang relevan bagi produk halal. Kombinasi skala ekonomi yang besar, pertumbuhan yang relatif stabil, posisi geografis strategis sebagai koridor perdagangan Eurasia, serta kebutuhan impor barang konsumsi dan manufaktur menjadikan Kazakhstan layak dipertimbangkan sebagai mitra strategis dalam perluasan dan diversifikasi pasar ekspor Indonesia.

Kazakhstan merupakan salah satu negara berkembang (*emerging market*) dengan fundamental ekonomi yang terus menunjukkan kinerja positif hingga 2025. Berdasarkan data *International Monetary Fund* (IMF), PDB nominal Kazakhstan pada 2024 berada pada USD 291,48 miliar dengan pertumbuhan ekonomi 5,1% (YoY) (Gambar 1), mencerminkan ketahanan ekonomi yang didukung oleh sektor energi, pertambangan, dan pertanian sebagai tulang punggung utama. Setelah sempat mengalami kontraksi sebesar -2,6% pada 2020 akibat pandemi, perekonomian Kazakhstan kembali tumbuh stabil dalam beberapa tahun terakhir seiring pemulihan harga komoditas global dan penguatan sektor nonmigas.

Gambar 1. Pertumbuhan Ekonomi Kazakhstan (%YoY)

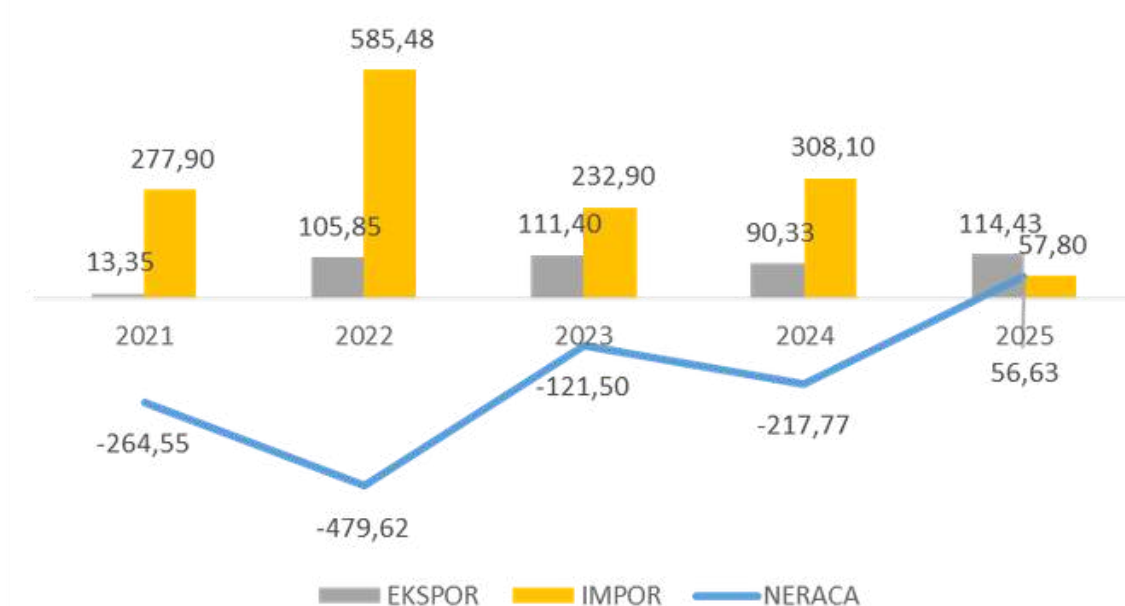


Sumber: WEO Database IMF, 2026 | *diestimasi

Indonesia Catat Surplus Perdagangan dengan Kazakhstan Setelah Empat Tahun Defisit

Perdagangan bilateral Indonesia dengan Kazakhstan pada 2025 mencatatkan surplus sebesar USD 56,63 juta, dengan nilai ekspor Indonesia mencapai USD 114,43 juta dan impor sebesar USD 57,80 juta. Capaian ini menandai perbaikan kinerja perdagangan setelah selama periode 2021–2024 neraca perdagangan Indonesia berada pada posisi defisit. Surplus pada 2025 terutama dipengaruhi oleh penurunan signifikan nilai impor komoditas *ferro-chromium containing by weight more than 4% carbon* (HS 72024100), yang pada 2024 tercatat sebesar USD 289,72 juta dan pada 2025 turun 87,23% menjadi USD 37,00 juta, sehingga menjadi faktor utama perbaikan neraca perdagangan Indonesia dengan Kazakhstan (Gambar 2).

Gambar 2. Kinerja perdagangan Indonesia–Kazakhstan



Sumber: BPS (diolah Puska EIPP BKPerdag, Februari 2026)

Produk Mesin dan Peralatan Listrik Mendominasi Ekspor Nonmigas ke Kazakhstan

Secara umum, kinerja ekspor nonmigas Indonesia ke Kazakhstan menunjukkan penguatan signifikan dengan tren pertumbuhan positif sebesar 51,3% per tahun dalam lima tahun terakhir. Hal ini tercermin dari lonjakan nilai ekspor dari USD 13,35 juta pada 2021 menjadi USD 114,43 juta pada 2025. Kinerja ekspor Indonesia ke Kazakhstan didominasi oleh produk Mesin dan peralatan listrik dengan fungsi khusus lainnya (HS 85437090) yang menyumbang pangsa terbesar yaitu 30,68% dari total ekspor 2025, diikuti oleh produk LCD/LED TV selain yang dilengkapi perangkat perekam atau reproduksi suara/gambar (HS 85287292) dengan pangsa sebesar 30,24%. Pada 2025, ekspor Indonesia ke Kazakhstan meningkat sebesar 26,7% (YoY) mencapai USD 114,43 juta. Kenaikan ini terutama ditopang oleh lonjakan ekspor produk Bagian lainnya dari mesin pendingin udara (HS 84159019) yang tumbuh sebesar 381,36% serta Mesin dan peralatan listrik dengan fungsi khusus lainnya (HS 85437090) naik 365,23% (YoY), serta Campuran atau olahan lemak/minyak nabati lainnya (termasuk margarin), dalam kemasan ritel tertentu (HS 15179043) yang naik sebesar 300,27% (Tabel 5).

Tabel 5. Kinerja ekspor indonesia ke Kazakhstan berdasarkan produk HS 6 Digit

NO	HS	URAIAN	Nilai : USD Juta					Perub. %	Trend (%)	Share (%)
			2021	2022	2023	2024	2025			
			24/25	20 - 25	2025					
EKSPOR NONMIGAS INDONESIA-KAZAKHSTAN			13,35	105,85	111,40	90,32	114,43	26,7	51,26	100,0
1	85437090	Electrical machines and appara	0,56	0,00	18,96	7,55	35,11	365,23	0,00	30,68
2	85287292	Liquid crystal devices (LCD), lig	0,00	82,74	45,56	43,33	34,60	-20,15	0,00	30,24
3	84295200	Mechanical shovels ; excavator	0,00	1,10	0,00	0,00	8,08	0,00	0,00	7,06
4	24041100	Products intended for inhalatic	0,00	0,00	0,00	6,87	7,08	3,10	0,00	6,19
5	84159019	Other parts of machines with a	0,00	0,00	0,00	0,60	2,90	381,36	0,00	2,54
6	15119020	Refined palm oil	2,15	2,91	4,62	4,01	2,35	-41,43	5,15	2,05
7	84181032	Other household type, of a cap	1,77	2,48	2,79	2,35	2,01	-14,43	2,13	1,76
8	39219090	Plastics, plates, sheets, film, fo	0,00	0,40	2,61	2,69	1,88	-30,17	0,00	1,64
9	15179043	Shortening	0,09	0,24	0,00	0,40	1,60	300,27	0,00	1,39
10	15179090	Edible mixtures/preparations c	0,94	0,95	1,21	1,54	1,56	0,86	16,15	1,36
SUBTOTAL			5,49	90,82	75,75	69,35	97,17	40,1	72,92	84,9
PRODUK LAINNYA			7,86	15,03	35,65	20,97	17,26	-17,7	21,01	15,1

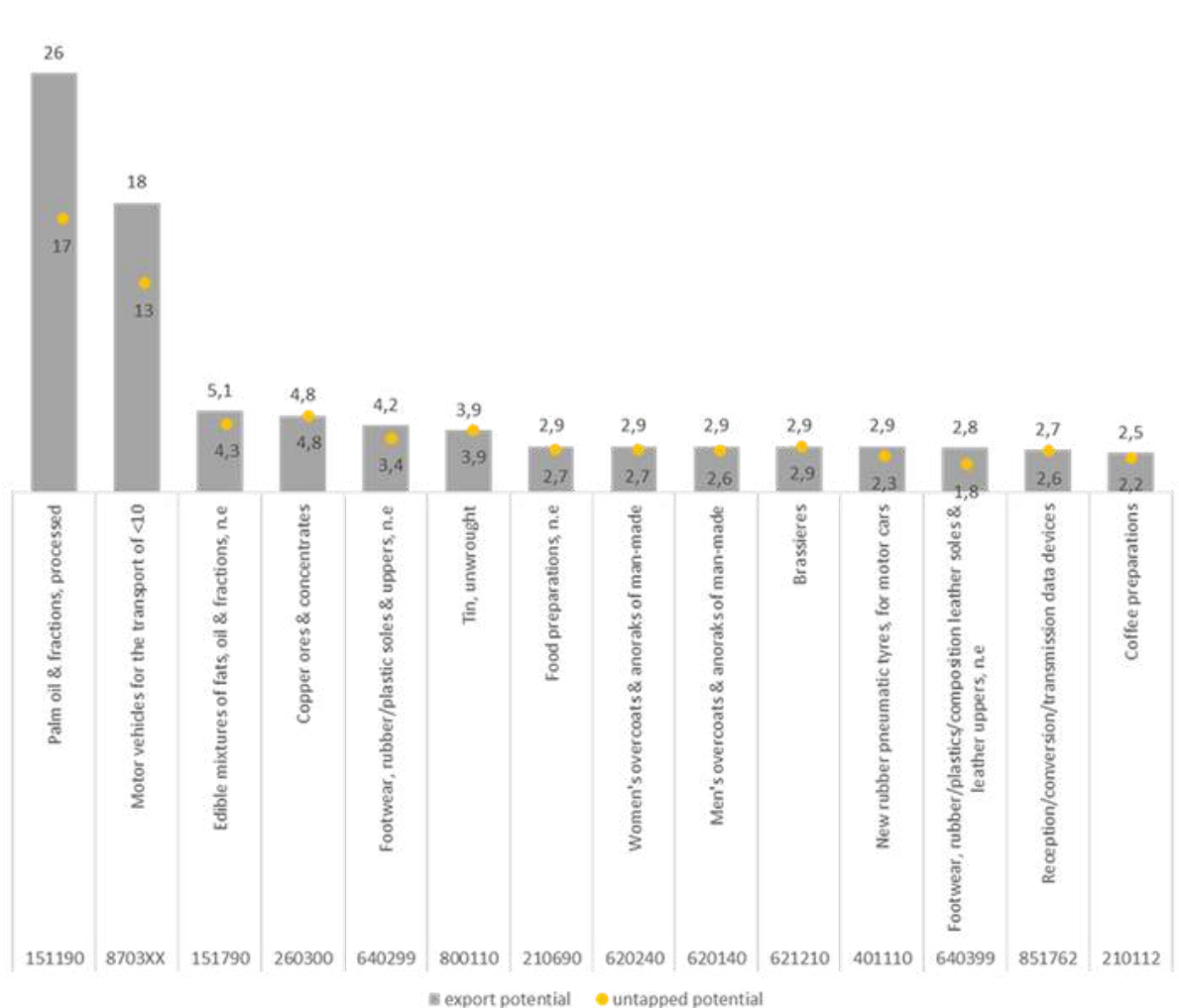
sumber: BPS (diolah Puska EIPP BKPerdag, Februari 2026)

Terdapat Produk Ekspor Potensial Lainnya yang juga Perlu Didorong Ekspornya

Berdasarkan data Trademap (2026), permintaan impor Kazakhstan dari dunia naik rata-rata 13,79% per tahun selama 2020–2024. Pada 2024, impor Kazakhstan mencapai USD 59,79 miliar dengan penurunan sebesar 2,25% (YoY). Pemasok utama Kazakhstan berasal dari Rusia dan Republik Rakyat Tiongkok (RRT) dengan pangsa kumulatif sebesar 55,87%. Sementara itu, Indonesia menempati urutan ke-33 dengan pangsa 0,3%. Posisi ini lebih rendah dibandingkan negara tetangga seperti Thailand dan Vietnam, namun masih lebih tinggi dibandingkan Malaysia.

Masih terdapat produk ekspor potensial Indonesia yang perlu didorong ekspornya di pasar Kazakhstan. Produk-produk tersebut antara lain *Palm oil & fractions, processed* (HS 151190), Kendaraan bermotor untuk angkutan kurang dari 10 orang (HS 8703), *Edible mixtures of fats, oil & fractions, n.e* (HS 151790), *Copper ores and concentrates* (HS 260300), *Footwear, rubber/plastic soles & uppers, n.e* (HS 640299). Nilai ekspor potensial Indonesia ke Kazakhstan diperkirakan dapat mencapai USD 84,5 juta dengan USD 66,2 juta di antaranya merupakan potensi ekspor yang belum dimanfaatkan (The Export Potential Map, 2026) (Gambar 3). Apabila potensi produk ekspor tersebut dapat dioptimalkan dengan baik, surplus perdagangan nonmigas Indonesia dengan Kazakhstan berpotensi meningkat secara signifikan.

Gambar 3. Produk ekspor potensial Indonesia lainnya ke Kazakhstan



Sumber: ITC Trademap Export Potential Map (diolah Puska EIPP BKPerdag, Februari 2026)



NEWSLETTER EKSPOR IMPOR

Februari 2026

REDAKSI

Penanggung Jawab:
Bambang Jaka Setiawan

Redaktur:
Yudi Fadilah

Penyunting/Editor:
Fairuz Nur Khairunnisa
Jala Ridwan

Sekretariat:
Ayu Wulandani

Penulis:
Yudi Fadilah
Fairuz Nur Khairunnisa

Desain dan Tata Letak:
Jala Ridwan
Fairuz Nur Khairunnisa